

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA DEUMDEE CAFÉ, RANGKASBITUNG)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY AT DEUMDEE CAFÉ, RANGKASBITUNG)

Chairil Anwar¹, Syahputra²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

Chairilanwar@student.telkomuniversity.ac.id¹, Syahputra@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada DeumDee Café, Rangkasbitung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden pelanggan DeumDee Café, Rangkasbitung dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Pada penelitian ini menggunakan metode MSI (*Method Successive Interval*) yang digunakan sebagai alat pengolah data, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data kuantitatif, analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis dengan uji T dan uji F, serta uji determinasi determinasi (R^2). Dari hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik menghasilkan analisis regresi linear dengan hasil $Y = 3,012 + 0,135 (X1) + 0,611 (X2)$. Pengujian hipotesis dengan uji T dan uji F menunjukkan hasil positif dan signifikan untuk ketiga variabel secara parsial dan simultan, sehingga pada uji koefisien determinasi kualitas pelayanan dan harga menunjukkan hasil 62,7% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 37,3% yang dipengaruhi oleh faktor lain

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstrac

This study purpose for find the effect of service qualitu and price on customer satisfaction at DeumDee Café, Rangkasbitung. The sample in this study amount 100 respondents DeumDee Café customers Rangkasbitung with using non probability sampling technique. In this study using MSI (Method Successive Interval) which is used as a data processing tool, then do analysis of data obtained using quantitative analysis that includes vallidity and reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing with T test and F test and test of determination (R^2). From the results of calculation of the validity and reliability tests as well as the classical assumption tests resulted in a linear regression analysis with the results $Y = 3,012 + 0,135 (X1) + 0,611 (X2)$. Hypothesis test with T test and F test showed positive result and significant result for the three variables partially and simultaneous, so that the coefficient of determination test of service quality and price shows the results of 62,7% of customer satisfaction while the remaining 37.3% is affected by other factors.

Keyword: *Quality Service, Price, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Pertumbuhan bisang industri pada idang makanan dan minuman di indonesia sudah membantu pertumbuhan perekonomian nasional. Serta pada sektor industri makanan dan minuman di Indonesia berpotensi menumbuhkan ekonomi yang cukup besar dikarenakan sumber daya alam yang melimpah (pikiran-rakyat.com). Hal tersebut menjadikan sektor industri makanan dan minuman terbesar dibandingkan dengan subsektor lainnya (kemenperin.go.id). Pada 2019 sektor makanan dan minuman ditakini terus menjadi primadona, terutama pada sektor industri yang mengembangkan wisata kuliner. Sektor UMKM tersebut menjadi salah satu dari beberapa industri yang dapat memerangi pengangguran dan kemiskinan, terlebih sektor ini mempunyai peran yang besar dalam menambah lapangan pekerjaan serta mampu mendongkrak perekonomian Indonesia (Sumber: okezone.com)

Dibanten sendiri terkhusus di kabupaten lebak tahun ke tahun bertambah sehingga dapat menggulirkan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan lapangan kerja. Kepala seksi data dan informasi dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Lebak menyatakan “Pada tahun 2018 pelaku UMKM pada kabupaten lebak mencapai 50.149 unit dari yang sebelumnya hanya berjumlah 49.538 unit, sehingga menyumbangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di daerah itu. Penambahan pelaku UMKM hasil pendataan tahun 2018 di 28 kecamatan” (banten.antaranews.com). Dewasa ini untuk mengadakan kegiatan rapat atau sekedar berkumpul di sebuah warung makan atau minum sudah menjadi hal yang biasa dilakukan di kalangan masyarakat. “makan tak makan asalkan ngumpul” sudah mulai sedikit berubah dari maknanya beriringan dengan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini. (<https://ekonomi.bisnis.com>).

Di Indonesia sendiri pada umumnya banyak masyarakat yang lebih memilih kafe sebagai alternatif untuk berkumpul di luar rumah. Kafe itu sendiri menurut (Dicky Sumarsono 2015:13) berasal dari bahasa perancis: Cafe yang secara harfiah berarti (minuman) kopi. Di Indonesia, kafe berarti semacam tempat sederhana, cukup menarik untuk makan-makanan ringan. Berdasarkan hal tersebut banyak perubahan tren yang terjadi pada pilihan menu setiap kafe. Oleh karena itu membuat pertumbuhan pada bidang penyajian makanan dan minuman meningkat di Indonesia, maka dari hal tersebut banyak pelaku usaha yang kini berlomba-lomba untuk mengikuti permintaan pelanggan. Dengan dapat mengikuti permintaan pelanggan maka akan menimbulkan kepuasan terdapat pelanggan atas suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam menawarkan produknya bagi usaha dibidang makanan dan minuman, Kualitas Pelayanan, dan harga yang merupakan salah satu faktor penting sebagai penentu keberlangsungan suatu usaha. Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan pada kabupaten lebak saat ini adalah DeumDee Café, maka dari hal tersebut pemilik atau pengelola DeumDee Café Rangkasbitung perlu menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding dengan kompetitor lainnya.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada DeumDee Cafe?
3. bagaimana Kepuasan Pelanggan DeumDee Cafe?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe secara simultan?
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap DeumDee Cafe secara parsial?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Cafe.
3. Untuk mengetahui kpuadan pelangga DeumDee Cafe
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan DeumDee Cafe secara simultan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap DeumDee Cafe secara parsial.

Kajian Pustaka

Pemasaran

Pemasaran Menurut Fandy Tjiptono (2016: 3), pemasaran merupakan manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, serta menyediakan apa yang dikehendaki oleh pelanggan secara efisien dan menguntungkan. Lalu menurut William Stanton dan Lamarto (1996) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pedagang dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Berhasil tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka pada bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya. Seperti yang dirumuskan para ahli pemasaran sebagai berikut, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Manajemen Pemasaran

Menurut Alma (2018: 131) manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.

Jasa

Sedangkan menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010) jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain

Bauran Pemasaran

Tjiptono dan Diana (2016:20) Bauran pemasaran adalah program pemasaran berupa product, price, place, promotion. Produk sendiri dapat berupa jasa 4P bias ditambah dengan 3P, yaitu people, process dan physical evidence

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dianggap sebagai fungsi dari perbedaan antara layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan persepsi aktual yang dirasakan Parasuraman et all. (Shen & Yahya 2020). Menurut (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988 dalam Asakdiyah 2010) Service Quality merupakan suatu metode untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan. Dimensi Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Asakdiyah, 2010), yaitu:

1. Berwujud (tangible)
2. Empati (empathy)
3. Daya Tanggap (Responsiveness)
4. Keandalan (Reliability)
5. Jaminan (Assurance)

Harga

Menurut Tjiptono (2004:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas penggunaan produk tersebut. Menurut Tandjung (Utami dan Saputra, 2017) Harga adalah "Jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukarkan dengan barang atau jasa pada setiap transaksi bisnis normal", Menurut Stanton, 2000) dimensi harga ialah:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai dengan kemampuan daya saing harga

Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver (Chang et al., 2009) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan ringkasan dari keadaan psikologis yang berasal ketika emosi dan ekspektasi yang tidak pasti digabungkan dengan perasaan pelanggan sebelumnya tentang pengalaman konsumsi. Tjiptono (2014:365) menyebutkan dimensi kepuasan pelanggan, ialah:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)
2. Kondirmasi harapan (Confirmation of Expectation)
3. Minat beli ulang (Repurchase Intent)
4. Kesiediaan untuk merekomendasikan (Willingness to Recommend)
5. Ketidakuasan pelanggan (Customer Dissatisfaction)

Metode Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka jenis penelitian yang ditulis berjenis kualitatif dengan metode pengumpulan data kuisioner. Metode kuantitatif menurut

Sugiyono (2017:8) adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil dan Penelitian

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari data kuisisioner yang telah diberikan kepada 100 responden pelnaggan DeumDee Café, maka diperoleh hasil untuk kualitas pelayanan sebesar 60,8%, yang dimana angka tersebut jika digambarkan garis kontinum akan masuk ke dalam kategori cukup baik. Hasil untuk variabel Harga sebesar 65,8% yang dimana jika digambarkan dengan garis kontinum berada pada kategori cukup baik, dan untuk variabel Kepuasan Pelanggan mendapatkan hasil sebesar 63,9%, yang digambarkan pada garis kontinum berada pada kategori cukup baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3.012	1.115	
K.Pelayana	.135	.041	.301
Harga	.611	.102	.545

a. Dependent Variable: K.Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2021

Berdasarkan data hasil diatas maka dapat diuraikan:

$$Y = 3,012 + 0,135 (X1) + 0,611 (X2)$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 3,012 yang berarti jika kualitas pelayanan dan harga nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan 3,012.
2. Nilai Koefisien Regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) bernilai positif sebesar 0,135. Maka dari hal tersebut bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,135.
3. Nilai Koefisien Regresi pada variabel Harga (X2) bernilai positif, yaitu 0,611. Maka dari hal tersebut bahwa setiap peningkatan Harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,611.

Uji Hipotesis

Uji – F

Tabel 2 Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	1054.298	2	527.149	81.653	.000 ^b	
Residual	626.229	97	6.456			
Total	1680.527	99				

a. Dependent Variable: K.Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, K.Pelayanan

Pada tabel diatas dapat diketahui Fhitung adalah 81.653 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka dari itu pada kedua perhitungan yaitu Fhitung. Ftabel ($81.653 > 3.09$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti Variabel Independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan DeumDee Café.

Uji – T

Tabel 3 Hasil Uji-T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.012	1.115		2.701	.008		
	K.Pelayanan	.135	.041	.301	3.293	.001	.461	2.169
	Harga	.611	.102	.545	5.966	.000	.461	2.169

a. Dependent Variable: K.Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai thitung (3.293) $>$ ttabel ($1,985$) dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- Variabel Harga (X2) memiliki nilai thitung (5.966) $>$ ttabel ($1,985$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.620	2.540859

a. Predictors: (Constant), Harga, K.Pelayanan

b. Dependent Variable: K.Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,627. Sehingga nilai koefisien determinasi:

$$KD = 0,627 \times 100\% = 62,7\%$$

Hasil uji koefisien determinasi tersebut menjelaskan bahwa pengaruh dua variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) DeumDee Café adalah sebesar 62,7%. Sedangkan sisanya yaitu $100\% - 62,7\% = 37,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan pada variabel kualitas pelayanan (X1) berdasarkan hasil tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan skor keseluruhan yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan sebesar 60,8%, yang berarti bahwa kualitas pelayan sudah cukup baik. Pada variabel Harga (X2) dari hasil tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan skor keseluruhan yang diperoleh dari variabel harga sebesar 65,8%, yang dapat disimpulkan bahwa DeumDee Café memberikan harga yang cukup terjangkau. Variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dari hasil tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan skor keseluruhan yang diperoleh dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 63,9%, yang dapat disimpulkan bahwa DeumDee Café memberikan kepuasan pelanggan yang cukup baik dibandingkan café lainnya.

Pada variabel kualitas pelayanan (X1) secara Uji t parsial menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai thitung (3,293) > tabel (1,985) dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari pada variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Pada variabel harga (X2) secara Uji t parsial menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai thitung (5,966) > tabel (1,985) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari pada variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). berdasarkan hasil perhitungan uji t di atas, maka di dapati jawaban bahwa masing-masing variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada variabel independen (X) yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen kepuasan pelanggan (Y) DeumDee Café. Hal tersebut dapat ditinjau dari hasil Uji F, yaitu Fhitung (81,653) > Ftabel (3,09) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan besarnya pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari pada Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dapat ditinjau dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2), yaitu sebesar 62,7%. Sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil penelitian ini mendukung dari hasil studi yang dikutip dari (Ilham Masda Priotomo, 2020) yang memaparkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari kedua variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) pada Museum Motor Antik dan Kolam Renang Cak Soen Kabupaten Ngawi.

Kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif, hasil tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan pada DeumDee Café secara keseluruhan mendapatkan hasil 60,8% yang berada pada kategori cukup baik, variabel Harga pada DeumDee Café secara keseluruhan mendapatkan hasil 65,8% yang berada pada kategori cukup baik, variabel Kepuasan Pelanggan pada DeumDee Café secara keseluruhan mendapatkan hasil 63,9% yang berada pada kategori cukup baik.
2. Berdasarkan uji t variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan,
3. Berdasarkan uji f, variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.
4. Pada Koefisien Determinasi mendapatkan hasil sebesar 62,7% yang dimana sisanya 37,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.



REFERENSI

- Alma, P. D. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asakdiyah, Salamaton (2010), "Analisis Pembentukan *Trust* Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Toko Swalayan". Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Banten Antara News. (2018). Diakses 10 Juni 2020, <https://banten.antaranews.com/berita/31640/pelaku-umkm-di-kabupaten-lebak-capai-50149>
- Chang, Hsin, hsin. Yao-Hua Wang. & Wen- Ying Yang (2009), "*The Impact of Electronic Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty to Electronic Marketing : The Moderate Influence of Perceived Value*" Taiwan: *National Cheng Kung University*.
- Economy-Okezone*. (2019). Diakses 10 juni 2020, <https://economy.okezone.com/read/2019/01/06/320/2000558/gurahnya-industri-kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat>.
- Lovelock, Christoper, Jochen, Wirtz dan Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shen, Chao. Yahya, Yazkhiruni (2020), "The Impact of Service Quality and Price on Passengers' Loyalty Towards Low-Cost Airlines: The Southeast Asias Perspective" Malaysia: Faculty of Business and Accountancy, University of Malaya, Kuala Lumpur.
- Sumarsono, Dicky (2015). *Luar Biasa Bisnis Restoran di Indonesia*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. (2016), *Pemasaran dan Aplikasi*. Penerbit : CV. Ansi Offset: Yogyakarta.
- Utami, Ruri Putri dan Saputra, Hendra (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan* 6 (2), h.47.